# obpi_magazine

**Le succès d'une entreprise commence par l'enregistrement**

MAGAZINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE

## innovation


INNOVATION OUVERTE
**P12**

BIZIDEE
NEW VENTURE
**P21**

MAISON DU DESIGN
**P27**

DE BEDENKERS
**P32**

BBIE OBPI

OFFICE BENELUX
DE LA PROPRIETE
INTELLECTUELLE

# Avant-propos

C'est avec plaisir que l'Office Benelux de la Propriété intellectuelle (OBPI) vous présente ce magazine. Pour les interviews, nous avons bénéficié d'une collaboration fantastique, entre autres de nos partenaires du savoir. Au nom de l'OBPI, je souhaite ici remercier chaleureusement tous ceux qui nous ont aidé.

Le thème que nous avons choisi pour cette édition est l'« innovation ». L'Union européenne a l'ambition d'être l'économie du savoir la plus dynamique au monde. L'innovation est le moyen le plus important pour atteindre cet objectif. Lorsqu'il est question d'innovation, la protection de la propriété intellectuelle est un aspect à ne pas négliger.

Traditionnellement, l'innovation est mesurée sur la base du nombre de dépôts de brevets. L'innovation ne se limite cependant pas aux inventions techniques. Elle est également présente dans le domaine des prestations de services aux entreprises ou dans le secteur de la création. La manière de commercialiser un produit peut aussi être tout à fait novatrice. La marque et le design jouent un rôle important dans le succès final d'une innovation. Lorsque par exemple un lecteur MP3 est lancé sur le marché, qui permet d'enregistrer 15 000 chansons, le consommateur ne pense pas « Ouah, c'est exactement ce dont j'avais besoin maintenant ! » Il est plus probable qu'il achètera l'appareil si celui-ci est proposé sous une marque avec laquelle il peut s'identifier, dans un design qui lui plaît. C'est pour cette raison qu'il est important de bien protéger les marques et les modèles.

Naturellement, ce magazine vous informe aussi sur le rôle de l'OBPI dans l'enregistrement des marques, des modèles et des idées. Nous espérons que ce magazine vous surprendra agréablement et vous inspirera.

Nous vous souhaitons beaucoup de plaisir à le lire !

*Christel Heremans*
Chef Information & Promotion

> 34

Photo: Bart Musschoot

> 32

# Table des matières


L'innovation exige un certain esprit d'entreprise **> 04**

Innovation ouverte : un choix stratégique **> 12**

Sur la voie de l'économie du savoir la meilleure au monde **> 18**

Bruxelles : le centre d'information de l'OPRI **> 22**

**L'OBPI, collaboration au sein du Benelux** **> 24**

Toute bonne idée répond à un besoin **> 29**

Stimuler la créativité du « Belge moyen » **> 32**

Innovation : trouver le financement approprié **> 40**


## Rubriques


**Remarquable > 11 et 34**
**Questions et réponses > 42**
**D'après l'expérience de... :** Bureau Ernest T. Freylinger **> 7 I** Chambre des Métiers **> 7** | la Chambre de Commerce et d'Industrie Zuidwest-Nederland **> 10** | Philips **> 16** | Earproof **> 16** | Bizidee **> 21** | New Venture **> 21** | Maison du Design **> 27** | Brigitte Dauwe **> 31** | Henri Tudor **> 38** I The Idea Monopoly **> 41**



**Coordination et mise au point rédactionnelles:** Christel Verbouw, T + 31 70 349 11 02, E cverbouw@boip.int Monique Lageschaar, T + 31 70 349 11 03, E mlageschaar@boip.int | **Rédaction** Caroline Maillard, T + 31 70 349 11 01 E cmaillard@boip.int | Marleen Kuiper, T + 31 70 349 12 41, E mkuiper@boip.int | **Texte:** Chapeau Communicatie
**Mise en pages:** Ontwerpwerk | **Impression:** Grafia drukkerij

**Adresse:** Bordewijklaan 15, 2591 XR Den Haag | **Contact:** Office Benelux de la Propriété intellectuelle, Postbus 90404 2509 LK Den Haag, T +31 70 349 11 11, F +31 70 347 57 08, E info@boip.int

# L'innovation exige un certain esprit d'entreprise

Les petites et moyennes entreprises peuvent davantage faire preuve d'innovation. Les occasions ne manquent pas de se distinguer de la concurrence. Les entrepreneurs en prennent lentement conscience. Même constat en matière de protection des innovations, selon une enquête réalisée auprès d'experts néerlandais, belges et luxembourgeois.

Photo : Studio Dann

L'innovation est le moteur de l'économie. La croissance économique est indissociable de la création de nouveaux produits et services. Les entreprises doivent se renouveler pour développer un avantage concurrentiel et atteindre un certain niveau de réussite. Les gouvernements abondent également dans ce sens. Le Benelux est une terre d'accueil parfaite pour les entreprises qui souhaitent accroître leur capacité d'innovation. Elles peuvent y pénétrer de nouveaux marchés et mettre à profit les dernières connaissances acquises.

**UCM** (Union des Classes Moyennes) est une association de défense des intérêts des entrepreneurs indépendants en Wallonie. L'association compte environ 50 000 membres et 25 bureaux régionaux répartis entre la Wallonie et Bruxelles.
> **www.ucm.be**

**Potentiel créatif**

Beaucoup de petites entreprises wallonnes et luxembourgeoises travaillent dans les secteurs traditionnels comme l'industrie alimentaire, le textile et l'acier. Ces régions comptent également de nombreux représentants des professions libérales, comme les avocats et les notaires, des secteurs relativement peu concernés par l'innovation.

« Les entrepreneurs ne sont pas suffisamment avides de nouvelles informations ou de nouvelles idées. Une réalité qui s'explique généralement par un manque de connaissances », avance Frédéric Mignolet, conseiller juridique chez UCM, une association de défense des intérêts des entrepreneurs indépendants en Wallonie. Un « Plan Marshall » a été mis en place depuis quelques années en Wallonie. Ce plan vise à soutenir les entreprises wallonnes qui travaillent dans des secteurs spécifiques.

Le secteur de l'innovation offre également des exemples de réussite. La société belge EVS établie à Liège a notamment développé une nouvelle technologie, plus rapide, pour le traitement des images au ralenti. Cette technique est aujourd'hui utilisée dans le secteur du journalisme sportif. Un autre entrepreneur a rencontré le succès en créant un nouveau conditionnement pour serviettes hygiéniques.

Les industries de la création flamande et néerlandaise se sont fait une place à l'échelle internationale, estime Harry van den Hoff, conseiller innovation pour le réseau néerlandais d'innovation Syntens. « Audiovisuel, imprimerie, création, le potentiel créatif est indéniable et les prétendants à la réussite sont nombreux. Le véritable défi est le suivant : comment créer une entreprise à la fois grande et solide ? ».

**Prix de l'énergie faramineux**

Les entreprises ne parviennent pas à innover pour des raisons diverses. « La raison la plus souvent avancée est le manque de personnel qualifié », lance Van den Hoff. « Le problème peut également venir de l'organisation interne ». Piet van Staalduinen, directeur de Syntens, ajoute : « Même les entreprises qui fonctionnent bien depuis quinze ou vingt ans se renouvellent généralement très peu. Souvent elles sont suffisamment occupées à gérer les affaires courantes ».

## *Des fois nous créons une table ronde ou un pôle de connaissances*

Comment convaincre les centaines de milliers d'entrepreneurs que comptent les Pays-Bas, la Belgique et le Luxembourg de se retrousser les manches et d'essayer quelque chose de nouveau ? Il faut commencer par informer et sensibiliser les entreprises sur les possibilités qui sont les leurs. Cette étape relève de la responsabilité d'organisations comme Syntens aux Pays-Bas ou Luxinnovation au Luxembourg.

Syntens recherche activement des « clients » potentiels, notamment dans les bourses. >

**Karel van Eetvelt,**
UNIZO (l'organisation flamande des indépendants et des PME)

Frédéric Mignolet (UCM): « Les entrepreneurs ne sont pas suffisamment avides de nouvelles informations ou de nouvelles idées. »

Van den Hoff : « Un des principaux rôles de Syntens consiste à établir le contact entre des entreprises, qui appartiennent par exemple à la même chaîne. « Nos visites régulières dans les différentes entreprises nous permettent d'identifier facilement les goulots d'étranglement et les opportunités », explique Van den Hoff. « Nous créons alors une table ronde ou un pôle de connaissances permettant aux entreprises d'étudier les différentes solutions du problème. Ce processus débouche régulièrement sur la mise au point d'un produit ou d'un service ». Les activités de Syntens se concentrent sur six secteurs : la construction, la logistique et le commerce de gros, la santé, l'alimentaire et l'agriculture, l'industrie de fabrication et l'industrie de création.
Les changements se font souvent sous l'impulsion d'un facteur extérieur. Les prix faramineux de l'énergie sont un facteur essentiel par exemple. Les comportements commencent même à changer dans le secteur du transport et ailleurs. Les innovations techniques en matière environnementale se multiplient, en partie grâce aux subventions distribuées par les gouvernements.

## *Les innovations techniques en matière environnementale se multiplient*

**Faire du profit**
Un facteur supplémentaire pèse sur les innovations des petites et moyennes entreprises. Les nouveautés – un nouveau type de béton, un nouveau concept marketing ou un nouveau nom de produit – ont une valeur marchande potentielle. Il est donc important de les protéger. Ce secteur promet d'ailleurs de jolis profits aux petites entreprises. Actuellement, seules les grandes entreprises, à quelques exceptions près, font enregistrer leurs idées.

**Syntens** est un réseau d'innovation, qui propose gratuitement aux petites et moyennes entreprises néerlandaises des informations et des conseils en matière d'innovation. Chaque année, les 280 conseillers de Syntens, répartis sur douze filiales, offrent leur expertise à près de 20 000 entreprises. Le réseau Syntens est essentiellement financé par le ministère néerlandais des Finances. Le but de Syntens est d'accroître la capacité des entreprises néerlandaises à innover afin d'atteindre une croissance durable.
> **www.syntens.nl**

Une enquête réalisée par l'UNIZO, l'organisation flamande des indépendants et des PME, auprès de sept cents membres a révélé qu'une petite entreprise sur cinq avait déjà considéré protéger sa propriété intellectuelle. Une sur dix est passée à l'acte, parmi lesquelles dix pour cent (c'est-à-dire une entreprise sur cent) ont choisi le brevet.
Le droit des marques est le plus utilisé, confie Karel van Eetvelt, président délégué de l'UNIZO, essentiellement pour protéger le nom commercial ou, dans une moindre mesure, le logo. En outre, les entreprises flamandes ont bien moins recours au droit des marques que les entreprises néerlandaises. Seule une demande sur cinq émise au Benelux en matière de protection des marques provient de Belgique. Les Pays-Bas représentent à eux seuls près de soixante-dix pour cent des demandes.

**« Simple commerçant »**

UNIZO a une explication pour justifier cet écart. Van Eetvelt : « De nombreuses entreprises envisagent les choses en ces termes : La propriété intellectuelle ne me concerne pas. C'est l'apanage des grandes entreprises comme Philips. Ou : Je ne suis qu'un simple commerçant. Ou bien encore : Je ne fais rien de très innovant. Mais la propriété intellectuelle est essentielle pour chaque entreprise, petite ou grande. Il s'agit ni plus ni moins de protéger l'essence, l'âme d'une entreprise. Posez-vous les questions suivantes : quel visage souhaitez-vous offrir, quel nom souhaitez-vous donner à votre entreprise ? Des interrogations on ne peut plus importantes de nos jours. L'innovation ne s'arrête pas aux processus de production, elle peut également toucher la distribution, les ressources humaines ou encore le secteur de la vente ».

Les petites entreprises sont les plus vulnérables, continue Van Eetvelt. « N'importe qui peut profiter du fruit de leurs efforts si elles ne protègent pas leur propriété intellectuelle, comme les logos par exemple. La propriété intellectuelle de votre entreprise n'est pas protégée, contrairement à celle de vos concurrents ? Alors ces derniers ont un avantage sur vous. C'est pourquoi toutes les entreprises devraient songer à protéger leur propriété intellectuelle ».

*Cette évaluation permet à une entreprise d'évaluer les actifs de propriété intellectuelle*

En outre, une petite entreprise est plus fragile qu'une grande entreprise en termes de développement d'idée, souligne Van Eetvelt. « Le processus de développement y est souvent moins rapide. Les grandes entreprises peuvent passer plus facilement d'un projet à un autre. Qui plus est, les petites et moyennes entreprises ont besoin de partenaires pour commercialiser une idée, ce qui alourdit considérablement le processus ».

**UNIZO**, l'organisation flamande des indépendants et des PME, compte près de 86 000 membres en Flandres et à Bruxelles. Environ quatre-vingt pour cent de ces indépendants exercent une profession libérale. Un quart travaillent dans la distribution et un autre quart dans la construction. UNIZO compte 23 bureaux régionaux où sont dispensés les conseils à l'attention des entreprises.

> **www.unizo.be**

**Des chapeaux made in China**

Les petites entreprises ne prennent pas encore la pleine mesure de la valeur de leur propriété intellectuelle. Autre raison qui explique le faible niveau d'enregistrement de la propriété intellectuelle chez les petites entreprises : l'idée que la procédure demande beaucoup de temps et d'argent, alors que le retour sur investissement ne peut pas être quantifié avec précision. Les petites entreprises préfèrent donc généralement ne pas réaliser l'investissement. A tort, estime l'UCM, l'association wallonne des entrepreneurs indépendants. Frédéric Mignolet : « Il suffit de réfléchir un peu. Enregistrer une marque, un nom commercial, un logo, un nom de produit, un slogan ou un modèle dans le Benelux est une procédure peu onéreuse qui peut éviter beaucoup de problèmes ». Il prend l'exemple d'une créatrice >

**Le site web de l' Union des Classes Moyennes : www.ucm.be**

de chapeaux qui est récemment venue lui demander conseil. Au début de l'année, la créatrice met en ligne un site Internet pour présenter ses modèles. Quelques mois plus tard, elle trouve une copie conforme de l'un de ses chapeaux signé d'un fabricant allemand qui fait produire en Chine. Mignolet : « Nous avons discuté de la situation. Aucun de ses modèles n'était enregistré, aucune demande de protection n'avait été introduite. Là on avait vraiment un problème ! ».
UNIZO considère également que les entreprises ne profitent pas suffisamment des outils qui sont à leur disposition. Van Eetvelt : « L' i-DEPOT n'est pas cher mais il est encore très peu connu. L' i-DEPOT est particulièrement intéressant dans la phase de développement de l'idée, quand l'issue est encore indéterminée. Nous recommandons toujours de commencer par un i-DEPOT ».

**Moins cher et plus facile**

Parallèlement, la procédure d'enregistrement des innovations doit séduire davantage les petites et moyennes entreprises, estiment l'UCM et l'UNIZO. Prenons l'exemple de l'évaluation de la propriété intellectuelle. Cette évaluation permet à une entreprise d'évaluer les actifs de propriété intellectuelle. L'UCM et l'UNIZO souhaitent que cette évaluation soit gratuite au Benelux. C'est déjà le cas en France. L'UNIZO cherche également à convaincre le gouvernement de simplifier la procédure de délivrance des brevets. Par ailleurs, l'association plaide en faveur d'un brevet pour le Benelux qui viendrait remplacer les brevets nationaux et défend la mise en place d'une procédure électronique de demande de brevet.

La conclusion ? Il est grand temps de prendre le train de l'innovation, affirment l'UNIZO, l'UCM et Syntens. Les petites entreprises ont besoin d'un coup de pouce. Elles ne peuvent pas surmonter seules les différents obstacles qui se présentent sur leur chemin. Cela étant, l'esprit d'entreprise restera toujours la condition sine qua non à toute innovation.

# PIERRE KIHN

Conseiller chez Office Ernest T. Freylinger

Photos: Bureau Ernest T. Freylinger SA

**Office Freylinger propose des conseils en propriété intellectuelle aux entreprises du Luxembourg et de la région. L'office collabore avec de grands groupes, comme Arcelor Mittal ou Fortis, ainsi qu'avec des entreprises plus modestes.**

Les entreprises s'adressent généralement à Freylinger une fois que les problèmes ont commencé. Kihn : « Des noms comme pain ou stylo par exemple ne peuvent pas être déposés comme nom de marque ». Autre cas de figure, certaines entreprises souhaitent protéger leur produit uniquement dans leur propre pays. Or, ces mêmes entreprises découvrent parfois que leur nom de produit ou leur nom de marque existe déjà dans le pays où elles souhaitent désormais exporter.

« Notre conseil est donc le suivant : commencez par enregistrer le nom de marque pour le Benelux. La procédure ne demande que quelques jours et ne coûte pas très cher. Introduisez ensuite une demande d'enregistrement pour l'UE afin de protéger vos exportations. La procédure s'étire environ sur une année, mais elle vous évitera bien des ennuis ».

Kihn assure que les entreprises sont de plus en plus proactives aujourd'hui.

« Avec la nouvelle législation, quatre-vingt pour cent des revenus issus de la propriété intellectuelle sont exonérés d'impôts, comme les revenus issus des licences par exemple. Cette mesure devrait provoquer une augmentation des demandes de modèles, de brevets et de marques ».

**> www.freylinger.com**

# CHRISTIANE BRAM

Conseillère à la Chambre des Métiers du Luxembourg

**La Chambre des Métiers note que la propriété intellectuelle est un sujet relativement éloigné des préoccupations des petites entreprises. Les demandes de brevet ont la réputation d'être onéreuses et compliquées. « Les entrepreneurs sont de plus en plus nombreux à protéger leur marque ou leur modèle. La procédure ne coûte pas très cher. Beaucoup de créateurs, comme les fabricants de meubles, font régulièrement la démarche », affirme Christiane Bram.**

« Les petites entreprises introduisent peu de demandes. Mais cela ne veut pas dire qu'elles n'innovent pas. Il s'agit souvent d'innovations apportées à un produit existant. Les améliorations sont tellement ciblées que ces petites entreprises ne pensent pas à les protéger. Les grandes entreprises peuvent alors s'emparer impunément de ces découvertes et faire perdre beaucoup d'argent aux petits acteurs du marché .»

La Chambre des Métiers essaie de sensibiliser les petites entreprises à l'importance de la propriété intellectuelle, en proposant des informations et en organisant des formations. L'organisation permet également aux personnes intéressées d'entrer en contact avec le Ministère de l'Economie et du Commerce extérieur auprès duquel les entrepreneurs peuvent introduire une demande de brevet.

**> www.chambre-des-metiers.lu**

# DENNIS TEMMERMAN

Informateur d'entreprises à la Chambre de Commerce et d'Industrie Zuidwest-Nederland

**Depuis quelques années, les jeunes entrepreneurs peuvent acquérir une carte jeune entreprise (Starterspas) auprès de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Sud-ouest des Pays-Bas (Zuidwest Nederland). Pour 95 euros, ils obtiennent pendant un an des avantages auprès d'entreprises actives dans divers secteurs : marketing, communication, assurances, impôts et informatisation. Ils disposent aussi d'un contact fixe auprès de cette CCI. Des réunions sur divers sujets, comme sur la façon de présenter une entreprise sur le marché, sont également organisées pour ces jeunes entrepreneurs.**

Dennis Temmerman reçoit « pas mal » de questions sur les marques et les dénominations sociales : « Les jeunes entrepreneurs souhaitent surtout savoir si un nom est encore « libre » et comment nommer leur entreprise ». Pour ce choix, le premier levé est le premier chaussé. « L'inscription au registre du commerce est l'une des dernières étapes : préalablement, les intéressés doivent bien avoir accompli toutes les procédures convenues. Si lors de l'inscription il s'avère qu'un nom donné est déjà inscrit, tout repart à zéro. »

**Dénomination sociale**

Le registre du commerce de la Chambre de Commerce et d'Industrie permet de constater si une raison sociale est déjà inscrite. « Les personnes intéressées peuvent aussi nous demander d'effectuer une recherche de dénominations sociales. Cela coûte 90 euros. Nous filtrons le registre du commerce en examinant aussi les analogies de sons et de secteurs d'activités. » Il est pour le reste judicieux de consulter le registre des marques de l'OBPI, car un nom de marque déposé ne peut plus être utilisé comme dénomination sociale.

**Nom de marque**

Les problèmes ne peuvent alors pas encore être tout à fait exclus. Par exemple, si un nom donné est déjà utilisé par un travailleur indépendant qui n'est pas inscrit à la Chambre de Commerce et d'Industrie.
Si la dénomination sociale est aussi utilisée comme nom de marque, la CCI conseille toujours de déposer le nom en tant que marque. « Si un conflit se produit et si quelqu'un introduit une opposition contre la dénomination sociale, la personne titulaire du droit à la marque est généralement en position de force. »

> **www.starterspas.nl**

# Re_marquable©

## Langue et symbole

Divers symboles indiquent la présence d'un brevet, de droits d'auteur ou d'une marque déposée. La publicité en fait volontiers usage, car ils inspirent confiance et reflètent un certain professionnalisme. Mais quelle est précisément leur signification ?

© Le signe © signifie copyright et est utilisé pour indiquer que l'ouvrage qui le porte est protégé par des droits d'auteur.

® Le symbole ® signifie registered trademark et indique que la marque qui le porte est une marque déposée.

TM signifie trademark et est souvent utilisé lorsque le dépôt de la marque se trouve encore au stade de la demande.

Au Benelux, l'utilisation de ces symboles n'est pas réglementée. Il n'est donc pas obligatoire de les utiliser. Ces symboles ne confèrent en tout cas aucune protection supplémentaire : ni au Benelux ni ailleurs.
Un emballage peut parfois indiquer qu'un produit est breveté, avec mention du numéro de brevet. « Octrooi » est le nom officiel donné en néerlandais au droit exclusif qui repose sur une invention. En anglais et en allemand le terme utilisé est « patent » ; en francais, « brevet ».

## What's in a name?

La différence entre les noms de marque et les noms de personne semble disparaître. Récemment, une enfant suédoise a ainsi été baptisée Ikea. En sens inverse, de nombreux produits reçoivent un nom de personne comme nom de marque. Cette tendance se constate surtout dans le monde des magazines. Aux États-Unis, Oprah (Winfrey) et l'icône de l'art de vivre Martha (Stewart) ont donné le ton. Aux Pays-Bas, le magazine Linda (de Mol) a été l'un des premiers, suivi entre autres par Matthijs (van Nieuwkerk), Felderhof (Rick), Marijke (Helwegen) et Heleen (van Royen). En Belgique, nous connaissons e.a. les magazines Goedele (Liekens) et Jean-Marie (Pffaf).

# Innovation ouverte : un choix stratégique

L'image classique de l'inventeur est celle de l'individualiste qui, toutes portes fermées, au grenier ou dans son garage, bricole jusqu'à ce qu'il s'exclame : « eurêka ! ». De nos jours, les inventeurs et les entreprises travaillent souvent ensemble. Les avantages de cette innovation dite ouverte : les inventions parviennent plus rapidement sur le marché, sont plus facilement financées et sont mieux parachevées.

**Wouter Pijzel,**
NOVU (Ordre néerlandais des inventeurs)

L'innovation ouverte consiste à « combiner les sources internes et externes pour concevoir mais aussi commercialiser de nouvelles technologies et de nouveaux produits ». Dans la forme ultime de ce mode d'innovation, les nouveautés sont rendues publiques sans aucune protection, comme dans le cas des logiciels libres. Cela signifie qu'aucun brevet ne peut être demandé pour ces produits, afin que l'idée bénéficie à tous. Les inventeurs ont le choix : participer et s'entraider pour trouver une solution ou continuer à « trimer » dans leur isolement, jusqu'à la percée tant espérée.

**Technostarters**

L'Ordre néerlandais des inventeurs (Nederlandse Orde van Uitvinders (NOVU)) compte mille membres – concepteurs de produits, inventeurs et chercheurs – qui reçoivent un soutien « de l'idée jusqu'au marché ». Environ trois quarts de tous les inventeurs néerlandais sont affiliés au NOVU. Ils produisent approximativement cinq mille inventions par an. Environ cinq cents d'entre elles sont commercialisées, dont dix avec succès. Le pinceau porte-pinceau est un exemple : il renferme dans le manche de nouveaux poils et fonctionne donc comme le portemine bien connu.

### De l'idée à l'invention

Selon le NOVU, il est de la plus haute importance de transformer aussi vite que possible une idée en invention. Une invention peut en effet être discutée, sous conditions, avec des tiers et peut être protégée. Une idée ne réside que dans l'esprit de la personne qui l'a.
Le NOVU utilise la formule « 3 x R + R ». Les R représentent trois recherches essentielles : la recherche de brevets, l'étude de marché et la recherche technique (prototype compris). Le dernier R représente la réalisation d'un projet d'entreprise.
Afin de déterminer combien de temps s'écoule entre l'idée et sa commercialisation et quelles phases doivent être parcourues, le NOVU utilise un diagramme qu'il a lui-même créé (diagramme IDK), qui tient compte de l'innovation considérée, du délai de mise en œuvre et des coûts. Ce diagramme indique qu'en moyenne dix-huit mois s'écoulent avant qu'une idée ne parvienne sur le marché.
> **www.novu.nl**

### ProtoSpace : « bouillon de culture pour personnes inventives »

Au cours de l'été 2008, un laboratoire spécial a ouvert ses portes à l'établissement d'Utrecht du NOVU : ProtoSpace. ProtoSpace est une initiative commune de onze participants : le NOVU, la province et la commune d'Utrecht, l'université et l'école supérieure d'Utrecht, CUBE, Startimpuls Utrecht, Technocentrum Utrecht, Syntens, Taskforce Innovatie Regio Utrecht et la fondation Fablab.nl.
Deux après-midi par semaine, tout le monde peut y avoir accès, contre remboursement des frais de matériels, pour y transformer des idées en prototypes. Certains jours, des laboratoires peuvent être loués pour y travailler à des projets confidentiels. Des chefs de laboratoire proposent leur encadrement et les utilisateurs peuvent disposer d'un parc de machines de pointe.
L'aménagement est composé d'une combinaison de quelques machines de table, telles qu'un scanneur 3D et une fraiseuse, qui permettent de réaliser des formes en bois, en plastique et en métal. L'orgueil du laboratoire est une imprimante couleur 3D – la seule aux Pays-Bas – qui permet « d'imprimer » des modèles à partir d'un dessin.
> **www.protospace.nl**

Wouter Pijzel, directeur du NOVU – lui-même inventeur entre autres d'un accessoire destiné à réduire la taille des briques de lait – est un chaleureux partisan de la collaboration mutuelle et du partage des connaissances. « L'innovation ouverte préserve la sagacité des inventeurs individuels » affirme-t-il. « Elle peut aussi favoriser le processus de conception, de l'idée au produit commercialisable. Ce processus demande beaucoup de temps. »
Un inventeur est une personne capable de passer d'une idée à une autre, commente M. Pijzel. « Mais après ? Supposé qu'une idée conduise à une invention, comment ensuite la mettre sur le marché ? Nous avons l'ambition de transformer autant que possible les inventeurs en technostarters, des inventeurs qui lancent une entreprise sur la base d'une découverte technologique ou d'une invention parachevée. La collaboration joue alors un rôle crucial. »

Pour les inventeurs, collaborer n'est pas toujours facile. « Ils sont souvent très individualistes et travaillent lentement. Nous constatons cependant un changement. Il est dû à l'attention que nous >

« Lorsqu'une équipe travaille à une invention, j'estime qu'il est judicieux d'établir un contrat de collaboration et de le combiner à un i-DEPOT ».

prêtons à l'innovation ouverte au cours de nombreuses réunions et laboratoires spéciaux que nous organisons pour la mettre en valeur. »

**S'associer le monde extérieur**

Selon M. Pijzel, la collaboration croissante entre les inventeurs individuels est une évolution prometteuse. Il est encore plus enthousiaste à propos de l'envol que prend l'innovation ouverte dans le monde des entreprises. « La volonté de s'associer le monde extérieur croît. La prise de conscience que toutes les bonnes idées ne viennent pas nécessairement de l'intérieur de l'entreprise et qu'elles ne doivent pas obligatoirement être parachevées au sein de l'organisation gagne du terrain. Les entreprises sont ouvertes aux solutions nouvelles capables de rendre leurs processus d'innovation plus effectif et plus efficace. Prenez par exemple la collaboration entre des concurrents comme Braun et Gillette. Ensemble, ils ont conçu le BodyCruzer : un rasoir corporel, qui taille et rase. »

Les entreprises prennent de plus en plus conscience de l'intérêt qu'elles ont à s'associer à des tiers pour développer de nouveaux produits. M. Pijzel estime que cette réaction est la meilleure qui soit à la mobilité croissante des employés hautement qualifiés, au nombre grandissant de jeunes entreprises et à la disponibilité accrue de capitaux à risque. « Dans les laboratoires de R et D des grandes entreprises, les connaissances des employés disparaissaient avec eux – intentionnellement ou non – lorsqu'ils changeaient d'emploi. Du point de vue stratégique, l'innovation ouverte est donc également justifiée. En collaborant avec des jeunes entreprises novatrices ou des universités, les organisations peuvent créer des innovations plus rapidement et attirer les investisseurs plus facilement. » Le volume des capitaux à risque disponibles de la part des investisseurs est en effet en augmentation constante.

**Oie sauvage**

Contre rémunération, le NOVU est disponible pour remettre en marche les processus d'innovation ouverte qui se trouvent dans une impasse. « Les exemples ne manquent pas d'entreprises collaborant à la création d'un produit très complexe, dont le développement se bloque en raison d'un élément spécifique. Dans un tel cas,

**FabLab**

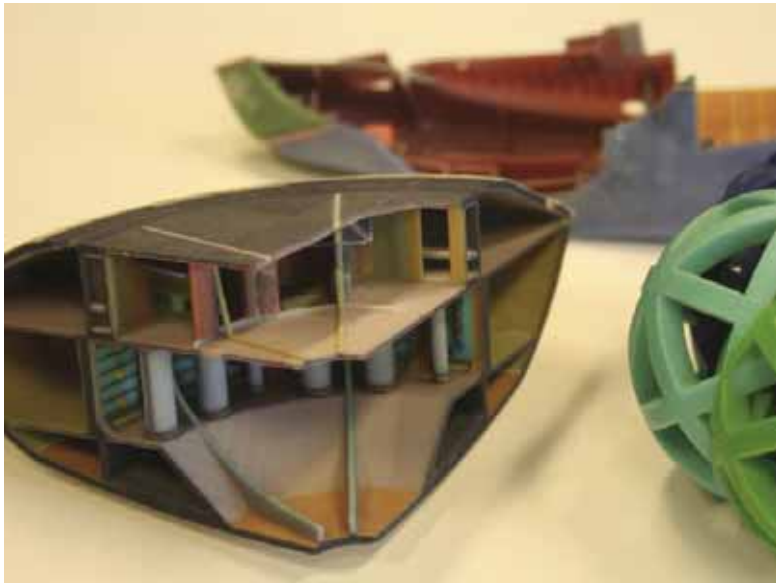
ProtoSpace est aménagé selon le concept FabLab connu dans le monde entier et signifiant *Fabrication Laboratory*. Les FabLab sont des lieux de rencontre pour les personnes inventives, où elles peuvent travailler à la transformation d'une idée en produit. La formule du FabLab est un succès mondial. Dans la plupart des pays, ces laboratoires sont devenus de véritables centres d'innovation, où des entreprises ont même vu le jour.

En échange, il est attendu des utilisateurs qu'ils documentent leurs expériences. Ce système est comparable à celui des logiciels libres, dont le code source est public de sorte que tout le monde puisse participer à leur élaboration ultérieure. Les créations « libres » réalisées dans les FabLab, sont mises à la disposition du public sur internet. Ainsi, une personne au Ghana peut fabriquer le même petit appareil de mesure de la teneur en graisse du lait, que le paysan en Inde qui l'a inventé.

Les Pays-Bas comptent aujourd'hui trois FabLab : à Utrecht, à Amsterdam et à La Haye. L'intention est de pourvoir chaque province d'un FabLab.

> **www.fablab.nl**

**ProtoSpace Utrecht**
L'orgueil du laboratoire est une imprimante couleur 3D qui permet « d'imprimer » des modèles à partir d'un dessin.



nous proposons notre aide afin de remettre le processus d'innovation en marche. Ce service est souvent utilisé. Nous envoyons alors une équipe composée d'un accompagnateur de session, d'une « oie sauvage » et d'un spécialiste ou expert. Le premier encadre, le deuxième est un projectile incontrôlé, chargé de l'inspiration, et le troisième veille à donner de la consistance aux idées du deuxième. »

**Pour l'honneur**

Inventer ensemble peut être stimulant et ouvrir l'esprit, mais comment protéger les inventions élaborées en commun ? « L'innovation ouverte ne donne pas la priorité à la protection », explique M. Pijzel. « Mais il est toutefois important de pouvoir prouver qui est à l'origine de quoi. Lorsqu'une équipe travaille à une invention, j'estime qu'il est judicieux d'établir un contrat de collaboration et de le combiner à un i-DEPOT, bien que dans ce type d'enregistrement l'honneur soit plus important que le droit. »

M. Pijzel mentionne un autre avantage de l'i-DEPOT : « Un i-DEPOT est également très utile lorsque vous souhaitez obtenir un brevet aux États-Unis. En Europe, vous obtenez un brevet avec la mention « first to file » (premier déposant). Le régime américain a opté pour le système « first to invent » (premier inventeur), ce que permet de démontrer l'i-DEPOT ».

# JEF VANDEKERCKHOVE

Vice-président value extractions pour Philips Consumer Lifestyle

**Philips détient un portefeuille d'environ 60 000 droits de brevets, 29 000 marques commerciales enregistrées, 43 000 droits de design et 2 500 noms de domaine enregistrés.**

Depuis cette année, chez Philips, toutes les connaissances sur la propriété intellectuelle sont consolidées dans un modèle de Gestion internationale du capital intellectuel (International Intellectual Asset Management), indique Jef Vandekerckhove. Lui-même s'occupe surtout de la protection de la marque Philips au niveau mondial, des interventions contre les contrefaçons et de « value extraction ». Cela consiste par exemple à accorder des licences ou à introduire des oppositions contre d'autres marques.

Philips collabore beaucoup avec d'autres parties, surtout dans le but de commercialiser de nouvelles catégories de produits. Pensez par exemple au Senseo, qui s'est fait une place dans de nombreux foyers. Un autre exemple est celui du rasoir avec lotion après-rasage de Nivea. Comment sont protégés les droits de propriété dans de tels cas ? Jef Vandekerckhove : « Avant de commencer une telle collaboration, un contrat doit être établi afin de lui donner forme et de protéger la propriété intellectuelle qui sera éventuellement créée. Il faut alors déjà réfléchir à ce qui sera fait en cas de violation de cette propriété intellectuelle ».

Dans la pratique, la collaboration pose peu de problèmes. « Les deux parties profitent du succès », explique Jef Vandekerckhove. Souvent, une répartition logique de la propriété intellectuelle s'impose. Jef Vandekerckhove : « Les droits sur le café Senseo reposent chez Sara Lee, les droits sur l'appareil, chez Philips ».

**> www.philips.com**

# PETER VAN GALEN

Fondateur de la société Earproof

**Earproof est une société spécialisée dans les protections auditives pour l'industrie musicale, le divertissement et la sécurité.**

Peter van Galen, le fondateur de la marque, estime qu'il faut avant tout savoir se faire un nom : « La marque Earproof s'adresse à un large public. Nous proposons non seulement des produits de qualité, mais aussi des informations sur l'audition et la nécessité de porter des protections auditives. Nous avons commencé par approcher les professionnels du monde de la musique. Ensuite, nous avons pu faire valoir auprès des consommateurs que des personnes comme DJ Tiësto utilisaient les protections auditives Earproof. C'est comme cela que la marque s'est fait un nom et une réputation ».

Van Galen a également participé à l'émission anglaise « Dragons' Den » diffusée aux Pays-Bas, où les participants présentent leurs idées à de puissants investisseurs. « J'ai participé à l'émission afin d'offrir une vitrine à ma marque ».
Il a réalisé seul l'enregistrement de la marque : « Un cabinet d'avocats a vérifié si la marque avait déjà été enregistrée en Europe. Ensuite j'ai enregistré le nom et le logo auprès de l'OBPI. Puis j'ai enregistré la marque en Europe sur Internet. Si vous connaissez la catégorie dans laquelle vous souhaitez protéger votre marque, vous pouvez entreprendre les démarches seul et économiser beaucoup d'argent ».

**> www.earproof.com**

Photo: Jaap van den Beukel

# Achter ieder model zit een ondernemer met een goed idee

***"Je eigen creatie verdient bescherming. Met een registratie kun je optreden tegen een ander die met je product aan de haal wil gaan. Zo voorkom je dat je alle economische mogelijkheden van een ontwerp misloopt."***

Door uw model te registreren, stelt u uw model veilig en kunt u voorkomen dat anderen het gebruiken. In de Benelux moet u daarvoor bij het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom zijn. Op www.boip.int staat alle informatie over modelregistratie. U kunt ons ook bellen op 070 349 12 42 (lokaal nummer vanuit Nederland), 070 244 242 (lokaal nummer vanuit België).

B B I E
O B P I

BENELUX-BUREAU
VOOR DE
INTELLECTUELE
EIGENDOM

Succesvol ondernemen begint met registreren

# L'economie du savoir la meilleure au monde

Selon la Stratégie de Lisbonne adoptée en 2000, l'Union européenne (UE) sera en 2010 l'économie fondée sur la connaissance la plus compétitive et la plus dynamique au monde. La Belgique, le Luxembourg et les Pays-Bas se mobilisent aussi pour atteindre cet objectif. Où en sommes-nous quelque huit ans plus tard ?

A l'époque, les objectifs de Lisbonne ont clairement été formulés. Pendant longtemps pratiquement aucun pays de l'UE n'a été suffisamment innovateur. Dès le début, les pays scandinaves comme la Suède et la Finlande ont montré l'exemple. Conformément aux accords, ces pays consacrent plus de 3 pour cent de leur produit intérieur brut à la recherche et au développement. Comparativement, le Benelux reste à la traîne. Selon les chiffres officiels de la Commission européenne pour l'année 2005, les Pays-Bas parvenaient à atteindre 1,75 pour cent. Seule la région d'Eindhoven répondait à l'objectif fixé. Le résultat de la Belgique était comparable à celui des Pays-Bas. La Flandre parvenait même à consacrer plus de 2 pour cent de son PIB en R et D. Le Luxembourg parvenait à dépasser 1,5 pour cent.

Aujourd'hui, de nombreux Etats membres comblent leur retard. Le « European Growth and Jobs Monitor 2008 », une analyse du Conseil de Lisbonne et d'Allianz SE, indique que la plupart des pays sont en voie d'atteindre les critères de Lisbonne. La Finlande est en première position, suivie par l'Irlande, le Danemark et la Suède. L'Italie occupe la dernière place. La Belgique et les Pays-Bas perdent respectivement la huitième et la cinquième position pour se retrouver onzième et neuvième. Ce recul n'est pas le résultat d'une réussite médiocre de ces pays, mais s'explique surtout par le fait que les autres pays ont réalisé des progrès plus rapides. En tout, quatorze pays ont été examinés. Le Luxembourg n'a pas été inclus dans cette analyse.

**Luxinnovation** est l'agence nationale luxembourgeoise pour la promotion de l'innovation et de la recherche. L'agence a été fondée en 1984 et est soutenue par les pouvoirs publics luxembourgeois, la Chambre de Commerce du Grand-Duché et la Fédération des industriels luxembourgeois (Fedil). Luxinnovation souhaite autant que possible offrir ses services à tous les secteurs de l'économie.
> **www.luxinnovation.lu**

**Esprit d'entreprise**

2010 étant déjà très proche, de nombreux pays de l'UE ont lancé un plan d'action. C'est aussi le cas du Luxembourg. Cette année, la situation va être

évaluée, indique Isabelle Schlesser, conseillère de Luxinnovation, l'agence nationale pour la promotion de l'innovation et de la recherche. Le manque d'esprit d'entreprise constitue un problème. « Traditionnellement, le Luxembourgeois n'est pas entrepreneur. Ce n'est pas dans sa culture. Le besoin de le devenir ne se fait pas non plus sentir. Le chômage est très faible, les salaires sont élevés. Les personnes qui se mettent à leur compte risquent de perdre beaucoup. » Isabelle Schlesser constate cependant une amélioration. « Même si l'esprit d'entreprise n'est hélas pas encore très développé au Luxembourg, les exemples d'entreprises luxembourgeoises innovantes se multiplient, comme SES Astra, IEE ou Skype, qui montrent la route à d'autres. »

**Syntens** est un réseau néerlandais d'innovation, financé par les pouvoirs publics, qui informe et conseille gratuitement les petites et moyennes entreprises en matière d'innovation.
**> www.syntens.nl**

**Union Wallonne des Entreprises** (UWE) est un lobby wallon, qui défend les intérêts des entreprises. L'UWE stimule les pouvoirs publics wallons à soutenir autant que possible les entreprises actives en Belgique francophone.
**> www.uwe.be**

Selon Isabelle Schlesser le Luxembourg doit plus se diversifier. « Notre économie est fortement dominée par le secteur financier. Nous souhaitons attirer d'autres secteurs économiques, tels que l'industrie et les nouvelles technologies. » Le gouvernement essaye par conséquent d'associer les entreprises à la recherche, notamment parce que souvent les petites entreprises ne sont pas en mesure de faire elles-mêmes de la recherche. « La recherche financée par les pouvoirs publics est en forte augmentation », explique Isabelle Schlesser. « Autrefois, tous les Luxembourgeois qui suivaient des études le faisaient à l'étranger, mais en 2003 une université à été fondée ici. Maintenant, les chercheurs de l'Université de Luxembourg peuvent aider les entreprises. »

**Au-delà des frontières**

En Flandre, l'innovation se porte plutôt bien. Outre dans les nouvelles branches de la biotechnologie, des médias et de l'amusement, l'activité se concentre surtout autour des secteurs traditionnels, tel que l'industrie.

L'Agence flamande pour les entreprises (VLAO) conseille les entreprises en matière de lancement, d'établissement, de croissance, d'environnement, d'énergie, d'innovation, de propriété intellectuelle, etc. Fin 2009, cette agence va réaliser des examens d'entreprises, en collaboration avec l'OBPI. L'OBPI informe les entreprises sur la protection de la propriété intellectuelle. Par la voie de la VLAO, les entreprises obtiendront aussi des renseignements fournis par un expert. Les entreprises intéressées peuvent s'inscrire pour participer à cet examen ou seront invitées à le faire. Cinq directeurs de clientèle visiteront environ deux cents entreprises en deux ans.

Afin de stimuler l'innovation, Piet Desiere, directeur provincial directeur de la VLAO des Flandres Orientales, plaide pour plus de collaboration au-delà des frontières. Un projet mettant en œuvre des bons d'innovation s'avère être un succès. Dans le cadre de ce projet, des chefs d'entreprises flamands ont reçu six mille euros pour avoir utilisé aux Pays-Bas les connaissances dont disposait leur entreprise, et vice-versa. La VLAO a aidé les chefs d'entreprise à trouver un partenaire dans le pays voisin. Les entreprises ont besoin d'une incitation, affirme Annemie Hautekiet, directrice de la clientèle en Flandres Orientales. « Normalement, la collaboration demande déjà de surmonter une barrière. Elle exige en effet que vous dévoiliez à des tiers ce que vous faites. Cela est source d'appréhension. Ce l'est encore plus lorsque des frontières doivent être franchies. La collaboration >

entre la Flandre et la Wallonie n'est pas non plus toujours évidente. »

**« Plan Marshall »**
Le 1er janvier 2006, le gouvernement wallon a lancé un « Plan Marshall », d'une durée de quatre ans, destiné à tirer l'économie du sud de la Belgique du piteux étant dans lequel elle se trouve. En tout, plus d'un milliard d'euros y a été affecté, dont 270 millions sont consacrés à la recherche et à l'innovation. Le démarrage d'entreprises, la recherche et la formation sont fiscalement facilités. Les jeunes sont stimulés à entreprendre et les entreprises wallonnes à devenir plus compétitives. « Le Plan Marshall a sans aucun doute un effet bénéfique » affirme Vincent Reuter, dirigeant délégué de l'Union Wallonne des Entreprises (UWE), un lobby d'entreprises. « Progressivement, une amélioration se dessine. La Wallonie est en retard par rapport à la Flandre et aux Pays-Bas, mais je ne vois pas pourquoi à l'avenir nous resterions à la traîne. C'est une question d'ambition, d'utilisation adéquate des moyens disponibles. » Au printemps 2009, le gouvernement wallon évaluera ce Plan Marshall.

Piet van Staalduinen, directeur du réseau néerlandais pour l'innovation Syntens, n'est pas pessimiste à propos de la situation aux Pays-Bas : « Je constate une énergie incroyablement bouillonnante, surtout sur le marché des jeunes entreprises. Les chefs d'entreprise désirent entreprendre, c'est-à-dire saisir le taureau par les cornes et se mettre à l'ouvrage. La question qui se pose alors est de savoir si l'ouvrage choisi est bien le bon et comment s'y mettre ».
D'après lui, la force d'innovation est difficile à mesurer. « Les dépenses consacrées à la recherche et au développement ne sont qu'un début. Mais que disent-elles sur la capacité d'innovation ? L'application constitue l'extrémité de la chaîne, la commercialisation d'une invention. De plus, les moyens consacrés à la recherche par les petites et moyennes entreprises sont mal connus. »

Piet van Staalduinen souligne qu'innover ne va pas de soi. « Le Manuel d'innovation n'existe pas. Les chefs d'entreprise doivent traverser une forêt dans laquelle les sentiers ne sont pas marqués. Entreprendre n'est pas suivre un chemin tracé et cela signifie avancer prudemment. Un grand nombre de chefs d'entreprise suivent leur intuition. Nous veillons à ce qu'ils traversent plus rapidement la forêt. Nous essayons de faire en sorte que tout se déroule plus rapidement et de meilleure façon. Il y a dans ce domaine encore beaucoup à gagner. »

**Vincent Reuter,**
UWE (Union Wallonne des Entreprises)

**Piet Desiere et Annemie Hautekiet,**
VLAO (Agence flamande pour les entreprises)

L'**Agence flamande pour les entreprises** (Vlaams Agentschap Ondernemen (VLAO)) est une agence exécutive, fondée à partir des sociétés provinciales de développement régional et de l'Institut flamand pour les entrepreneurs indépendants. Elle conseille les entreprises : « de façon neutre, indépendante et sans nécessité d'affiliation ». Un élément autonome de cette organisation est Design Vlaanderen, qui fait la promotion du design comme moyen de donner un visage à une entreprise et d'ajouter plus de valeur aux produits qu'elle fabrique. Actuellement, une fusion est en cours entre la VLAO et l'Agence pour l'Economie afin de créer l'Agence Entreprendre (Agentschap Ondernemen (AO)).
> **www.vlao.be**

# JAAK GEENS

Directeur du concours flamand des projets d'entreprise Bizidee

**Une bonne idée d'affaires n'est pas encore une garantie de réussite pour la création d'une entreprise. Bizidee croit cependant sincèrement que « l'inventivité » est le fondement de l'entrepreneuriat. En mai dernier, l'organisation a pour la sixième fois couronné les meilleurs projets d'entreprise des Flandres.**

Les cinq cents envois annuels sont-ils automatiquement protégés ? « L'importance de cette protection ne doit certainement pas être sous-estimée », pense M. Geens. « Certaines personnes veulent d'abord que tout soit breveté, sans savoir précisément ce que cela implique. La créativité n'est pas toujours facile à protéger, mais nous concluons des accords de confidentialité avec tous les participants. Nous étudions actuellement la possibilité d'effectuer un i-DEPOT pour tous les envois de l'année prochaine. »

**Les frères Ephicas à la distribution des prix**

Au cours des phases finales de Bizidee, des rencontres et des sessions de discussions ont lieu avec des investisseurs, des conseillers et même des banques. M. Geens : « L'OBPI y est également associé. Il fournit les informations nécessaires sur le dépôt de marques et de modèles et l'enregistrement des idées. J'estime par ailleurs que les personnes qui ont une bonne idée ne doivent pas être trop méfiantes à l'égard du monde extérieur, mais il est effectivement judicieux de la protéger à temps ».

> **www.bizidee.be**

# ANNEMIEKE WISSE

Chef de projet chez New Venture, Amsterdam

**L'association New Venture offre à de jeunes entreprises de profiter des ressources de son réseau. New Venture dispose notamment de contacts auprès d'investisseurs et de grandes entreprises.**

« Nous encourageons les jeunes entrepreneurs à concrétiser leurs idées, mais ce sont eux qui doivent franchir le pas », explique Wisse. « Nous les aidons à rédiger un business plan, nous trouvons les formateurs et nous nous assurons qu'ils parviennent à tisser un réseau, notamment pendant les séminaires que nous organisons ». Les jeunes entrepreneurs peuvent également participer à un concours de plan d'entreprise qui leur permettra de mieux aborder la création de leur structure. Un jury d'expert offre feedback et conseils.

« Beaucoup d'entrepreneurs se demandent comment ils peuvent protéger leur idée », confie Wisse. « Nous apportons des réponses et leur présentons les démarches à suivre auprès de l'OBPI et de l'Octrooicentrum (l'office néerlandais des brevets). Les personnes intéressées peuvent également soumettre leurs questions à la communauté numérique qui compose notre site Internet. Les questions sur la propriété intellectuelle sont automatiquement transférées ».

> **www.newventure.nl**

**Les lauréats**

# Visite à Bruxelles

L'Office de la Propriété Intellectuelle (OPRI) est chargé de la protection de la propriété intellectuelle en Belgique par l'octroi de brevets, marques, modèles, dessins, certificats d'obtention végétale, droits d'auteur et droits voisins. De l'importance de « monsieur Tout-le-monde », de la « sensibilisation » et des « brevets ».

Photos p. 22 et 23 : SPF Economie, PME, Classes moyennes et Energie

**Leen De Cort, Nico Deconinck et Alain Lambermont**
OPRI (Office de la Propriété Intellectuelle)

**Nico Deconinck** (OPRI)

L'OPRI est établi à Bruxelles, sur le boulevard du Roi Albert II, à deux pas de l'organisation mère, à savoir le Service Public Fédéral Economie, PME, Classes moyennes et Energie, lui-même installé dans la rue du Progrès.
Les 55 employés de l'OPRI dispensent des informations, octroient des brevets pour la Belgique et traitent les demandes de brevets belges et internationaux. Les demandes d'enregistrement de marques, de modèles et de dessins peuvent également être introduites auprès de l'OPRI qui les transmet ensuite à l'OBPI de La Haye.

**Public varié**
L'OPRI touche un public très varié. Erna Verheyden, employée du département Marques et Modèles: « Nous avons souvent affaire à monsieur Tout-le-monde, pas uniquement à des mandataires en marques. Il s'agit parfois de personnes qui veulent démarrer une entreprise, notamment des jeunes ». La plupart des demandes de brevets sont introduites par des mandataires en brevets. Les demandes de brevets émanent essentiellement des centres de recherches, des universités, des multinationales, des PME et des particuliers.

**Au fait des questions relatives aux brevets**
Les gens sont de plus en plus nombreux à prendre conscience de l'importance de la protection de la propriété intellectuelle, explique Nico Deconinck, examinateur à l'office des brevets : « Les campagnes de sensibilisation, les prix de l'innovation et les programmes comme BIZidee mettent un coup de projecteur sur la question. La question de la propriété intellectuelle est très proche du concept d'innovation ».
Les entrepreneurs belges sont donc plutôt bien au fait des questions relatives aux brevets. Deconinck : « Ils parviennent généralement à trouver sans trop de difficultés la base de données des brevets Espacenet. Quant à savoir s'ils parviennent à trouver les informations adéquates, c'est une autre question. C'est là que nous entrons en jeu ». L'OPRI présente les options qui s'offrent à eux. Plusieurs alternatives au brevet existent, comme la confidentialité ou le recours à d'autres droits de la propriété intellectuelle. L'OPRI informe le client de la procédure et de la portée des droits invoqués, afin que le client puisse prendre une décision réfléchie. L'OPRI n'est pas habilité à fournir des conseils concrets.

**Repérer la contrefaçon**
La Belgique n'est pas exempte de malentendus en matière de propriété intellectuelle. Citons par exemple le lieu commun consistant à croire que la protection d'un produit garantit une sanction automatique des cas de plagiat. La juriste Leen De Cort : « Depuis mai 2007, le Service Public Fédéral Economie dispose d'un service chargé, à son échelle, de repérer les contrefaçons. Mais ce travail relève du droit pénal. Les citoyens doivent être prêts à engager eux-mêmes une procédure de droit civil en dommages et intérêts par exemple. En d'autres termes, tout justiciable doit exercer et administrer seul ses droits ».

*Tout justiciable doit exercer et administrer seul ses droits*

**Conseil ouvert aux utilisateurs**
A l'instar des Pays-Bas et du Luxembourg, la Belgique dispose d'un Conseil de Propriété Intellectuelle. L'OPRI peut se tourner vers cet organe consultatif pour obtenir conseil en cas de grand bouleversement législatif. De Cort : « Cet organe se compose de personnes avec une expertise très diverse. On y trouve des représentants d'organisations d'utilisateurs, des représentants de sociétés de gestion, des mandataires et des avocats ». ▬

**> www.economie.fgov.be/intellectual_property/home_fr.htm**

# Collaboration au sein du Benelux

L'Office Benelux de la Propriété Intellectuelle (OBPI) collabore de manière intensive et individuelle avec les différents acteurs qui composent le marché du Benelux. Il y a près de 40 ans, la Belgique, les Pays-Bas et le Luxembourg décidaient de lancer ce projet inédit en matière de protection du droit de propriété intellectuelle (PI). Aujourd'hui, l'OBPI est devenu un organisme moderne qui ambitionne de devenir l'office le plus rapide de protection intellectuelle européen pour les marques et les modèles. Pour ce faire, nous travaillons en étroite collaboration avec de nombreuses organisations nationales et internationales du secteur des droits de propriété intellectuelle afin d'améliorer sans cesse la qualité de nos services.

Outre l'enregistrement des marques et des modèles ou encore la gestion et l'entretien du registre des dépôts et des enregistrements, la promotion de la protection des marques et des modèles dans les pays du Benelux fait également partie de nos obligations légales. A cet effet, nous informons les entrepeneurs et nous insistons sur l'importance de l'enregistrement.

L'Office Benelux de la Propriété Intellectuelle (OBPI) est l'instance officielle chargée de l'enregistrement des marques et des modèles au Benelux. L'OBPI offre en outre la possibilité d'établir l'existence d'idées, concepts, créations, prototypes et autres par la remise d'un i-DEPOT. Notre mission est de faire en sorte que les marques, les modèles et les idées Benelux soient enregistrés et que le citoyen sache où, pourquoi et comment protéger son droit de propriété intellectuelle. Nous sommes une organisation internationale indépendante créée sous l'impulsion des trois gouvernements du Benelux.

> **www.boip.int**

**Partager des connaissances**

Au Benelux, les entrepreneurs bénéficient du soutien de nombreuses organisations publiques et privées qui offrent conseils et informations. Nous voulons protéger et développer les relations entre l'OBPI et ces organisations. Les entrepreneurs en général, et plus particulièrement les jeunes entrepreneurs, n'ont pas toujours conscience de l'intérêt que représente l'enregistrement des marques et des modèles, sans oublier qu'ils ne savent que trop rarement vers qui se tourner pour entamer les démarches. C'est pourquoi l'OBPI souhaite sensibiliser les différents acteurs au processus d'enregistrement et à la marche à suivre. Nous travaillons en ce sens avec différents partenaires, comme les chambres de commerce, UNIZO *(l'organisation flamande des indépendants et des PME)*, VLAO *(l'agence flamande pour les entreprises)*, UCM *(Union wallonne des Classes Moyennes)*, OCNL *(Office néerlandais des brevets)*, Luxinnovation, NOVU *(Ordre néerlandais des Inventeurs)*, etc. Echange des connaissances et collaboration étroite nous permettent de sensibiliser davantage les entrepreneurs.

**Souvent les jeunes entrepreneurs n'ont pas conscience de l'intérêt que représente l'enregistrement des marques et des modèles**

**Marques et modèles**
Près d'un million de marques et plus de seize mille dessins ou modèles sont actuellement enregistrés auprès de l'Office. Une marque est un signe permettant de distinguer des produits ou des services de ceux de la concurrence. Ce signe peut être le nom de marque assigné à un produit ou un service, le logo ou la forme de l'emballage d'un produit, comme la forme d'une bouteille de soda par exemple. Un modèle correspond à l'aspect nouveau d'un objet, comme un meuble, un appareil ménager, un patron de tricot ou une décoration (placée sur un objet).1

**i-DEPOT**
L'OBPI a lancé l'i-DEPOT en 2007, avec son slogan « Les idées sont précieuses » destiné aux entrepreneurs innovants. Nous essayons aujourd'hui d'expliquer à ces entrepreneurs que l'i-DEPOT représente une étape simple et rapide dans le processus d'innovation. En ce sens, nous nous orientons essentiellement vers les PME, fleuron de la créativité et de l'innovation.

**Qualité de service**
Nous travaillons constamment à la qualité de nos services afin d'atteindre une plus grande flexibilité et de réduire les coûts. Notre stratégie consiste à élargir notre gamme de services en ligne et à simplifier les procédures afin d'obtenir un processus d'enregistrement rapide, bon marché et accessible. Le site Internet **www.boip.int** permet aux internautes de découvrir des informations, de consulter le registre des marques et d'effectuer des enregistrements. A l'heure actuelle, 85 % des dépôts sont remis en ligne.

**Registre des marques**
Le registre des marques publié sur le site **www.boip.int** contient toutes les marques déposées ou enregistrées qui sont valables dans le Benelux. Il contient donc les marques Benelux mais aussi les marques communautaires (marques européennes) et les marques internationales désignant le Benelux. Les internautes peuvent suivre le statut de leurs dépôts et enregistrements et chercher en toute simplicité les marques déposées ou enregistrées par des tierces personnes.

**Service des données**
Une marque est un bien précieux. La protection de ce bien précieux demande des informations fiables et précises, rapidement disponibles et faciles à consulter. L'OBPI remet les données en question à des bureaux d'étude internationaux spécialisés dans la recherche des marques (à travers le monde) au profit de déposants et de mandataires en marques. Nous pouvons également fournir aux personnes intéressées des données statistiques sur des marques et des modèles.

**Le département Information & Promotion,**
de gauche à droite : Christian Meyers, Marleen Kuiper, Bruno Vanderschoot, Caroline Mailliard

**Conseil**
Pour obtenir des conseils sur les marques et les droits de propriété intellectuelle, nous recommandons de consulter un mandataire en marques ou un avocat spécialisé. Ils connaissent mieux que quiconque la législation, la jurisprudence et les procédures concernées. Ils peuvent choisir la solution la mieux adaptée en matière de protection et prendre en charge les démarches nécessaires. Ils peuvent également gérer des portefeuilles de marques et apporter leur appui en cas de conflit.

**La tournée des entrepreneurs**
Depuis quelques années, nous parcourons régulièrement le Benelux en collaboration avec des partenaires locaux, afin de sensibiliser les entrepreneurs à l'importance de l'enregistrement. En Flandre, le VLAO a organisé une tournée PI (propriété intellectuelle) en collaboration avec l'OBPI et le SPF Economie. Toujours en Flandre, l'OBPI a également participé à la mise en place de cinq présentations dans le cadre d'un accord avec Unizo. L'UCM a organisé une tournée similaire en Wallonie. Design Innovation et Wallonie Design ont organisé des présentations pour les entrepreneurs créatifs. Nous avons participé à une réunion de la Chambre des Métiers au Luxembourg et, sur l'invitation de Syntens, nous avons rejoint la tournée PI qui sillonnait les Pays-Bas. Associés à l'Office néerlandais des brevets et New Venture, nous avons initié les jeunes entrepreneurs au monde des marques, des modèles et des idées. Vous trouverez plus d'informations sur les organisations citées dans les encadrés en couleur qui accompagnent les interviews dans ce magazine.

**Starters**
Outre les stands d'information dans les salons consacrés aux PME, nous participons également aux journées des starters organisées à travers le Benelux.

Le succès d'une entreprise commence par l'enregistrement

**Informer ensemble**
L'équipe Information et Promotion de l'OBPI arpente régulièrement les salons afin de proposer des informations, des présentations, des ateliers et des séminaires aux groupes qui travaillent dans le domaine du droit de la propriété intellectuelle. Ensemble, nous parvenons à toucher plus d'entrepreneurs. N'hésitez pas à nous contacter si vous souhaitez entamer une collaboration. E-mail : promotion@boip.int

**Communication:**
Si vous avez des remarques ou des questions sur ce magazine, veuillez prendre contact avec nos conseillers en communication :
**Christel Verbouw**
T + 31 70 349 11 02 / E-mail: cverbouw@boip.int
**Monique Lageschaar**
T + 31 70 349 11 03 / E-mail: mlageschaar@boip.int

# BARBARA SYLVESTER

de la Maison du Design à Mons

Sac et peluche : Laura Marlo,
> www.mymonstersbylolo.be

**La Maison du Design aide les jeunes créatrices et créateurs à fonder leur propre entreprise. En Wallonie, la plupart d'entre eux créent des vêtements ou des meubles. Un groupe important de graphistes est en outre actif dans la création de sites internet et dans la photographie.**

Barbara Sylvester conseille ces jeunes créatrices et créateurs, notamment sur le plan financier. Elle les met sur la voie pendant un an. « Souvent, ils ne savent pas par où commencer, quand s'adresser à la banque, comment trouver des clients. Nous essayons de leur donner cette structure. »

**Créateurs**

« Le domaine du design bouillonne », explique Barbara Sylvester. « L'aide en provenance de la région, mais aussi d'Europe, augmente de plus en plus. » Cela contribue à faire prendre conscience aux créatrices et aux créateurs wallons de leurs possibilités. Ils veulent devenir indépendants, créer de belles choses et les vendre.
Il reste cependant beaucoup à faire dans le domaine de la propriété intellectuelle. « Un grand nombre de jeunes créatrices et créateurs sont fatalistes. Ils ne peuvent pas protéger chaque nouvelle création qu'ils imaginent. Cela reviendrait trop cher, et ils ne font donc rien. »

**Guide**

L'une des premières choses que la Maison du Design leur conseille de faire : enregistrez votre idée ! Protégez-la ! « Nous leur recommandons surtout l'i-DEPOT. Il ne coûte que quelques dizaines d'euros pour une durée de cinq ans. Nous remarquons au demeurant que de nombreux entrepreneurs protègent leur marque en commençant au Benelux. Cette voie est meilleur marché et plus rapide. S'ils souhaitent plus tard exporter, par exemple vers la France, ils s'adressent alors à l'UE. »

La Maison du Design a édité un guide pour les créatrices et créateurs débutants. Barbara Sylvester souligne en riant : « Le premier chapitre traite de la propriété intellectuelle, c'est dire l'importance que nous lui prêtons ».

> **www.maisondudesign.be**

Photo: Jacky Lecouturier

Lampe : Rudy Hann

L'émission « Het Beste Idee van Nederland » (La meilleure idée des Pays-Bas) a été diffusée pour la première fois en 2004. La cinquième saison, qui va être lancée à l'automne 2008, mettra un coup de projecteur sur quelques-unes des trouvailles proposées par plusieurs milliers d'inventeurs néerlandais. Le premier prix : la concrétisation de l'idée lauréate.

La saison 2007 de « Het Beste Idee van Nederland » rassemblait entre 800 000 et 1,4 million de téléspectateurs par épisode. Ces scores ont dépassé les attentes de David Harry, secrétaire de la fondation « Stichting Het Beste Idee van Nederland » : « Le programme attire énormément de téléspectateurs. Les gens parlent du programme entre eux. Le retour que nous obtenons est vraiment exceptionnel. Jamais je n'aurais pensé que cette émission puisse générer un tel enthousiasme ».

*Les inventeurs peuvent freiner considérablement le processus de commercialisation*

L'explication ? Le concept réveille l'inventeur qui sommeille en chacun de nous. « Les téléspectateurs essaient de résoudre les problèmes. Agé de 6 à 86 ans, notre public compte aussi bien des « Monsieur Muscle » que des professeurs « Intello ». Les chefs d'entreprise aussi regardent volontiers le programme ».

Ivo van Asperen, un collègue de David, ajoute : « Le premier prix agit comme un aimant. Le concept même de l'émission encourage les gens à passer à la télé ».

Harry : « Le concours est la clé de voûte du programme. Le téléspectateur peut réagir et participer au processus de sélection sur Internet. Tout le monde apporte sa pierre à l'innovation ».

**Accompagnement de l'inventeur**

Le programme a été imaginé par Bernd Schneider, inventeur du Vacu Vin. Il a créé la fondation « Stichting Het Beste Idee van Nederland », dans le but de faire cohabiter idées, étudiants et entreprises dans une même structure et ainsi stimuler l'innovation aux Pays-Bas. Outre le concours, la fondation propose des formations, des séminaires et un annuaire.

Harry : « Les inventeurs néerlandais doivent effectuer un nombre incalculable de démarches auprès d'innombrables organismes pour faire reconnaître une innovation, mais ces formalités ne représentent qu'une partie du chemin à parcourir. Il faut se rendre à la banque pour régler le financement, arpenter les méandres des administrations en fonction des différentes étapes du processus. Aucune structure ne propose d'accompagner l'inventeur au fil de son parcours, de l'idée à la concrétisation. C'est précisément ce que l'émission « Het Beste Idee van Nederland » offre au vainqueur du concours : faciliter les démarches et accélérer la commercialisation.

En l'espace de quatre ans, le nombre de participants au programme « Het Beste Idee van Nederland » est passé de 110 à 3 800. Parmi les idées proposées, citons la boîte à biscuits avec un mécanisme de distribution coulissant ou encore l'armoire entièrement repliée qui se monte en un seul geste.

Qu'est-ce qui fait qu'une idée est bonne ? Harry : « Une bonne idée répond à un besoin ou résout un problème propre à une époque et un lieu précis.

**David Harry en Ivo van Asperen**
Het Beste Idee van Nederland (la meilleure idée des Pays-Bas)

# Un million de Néerlandais touchés par le virus de l'invention

## Nouveauté : le Knuf

Où peut bien mener une bonne idée ? Le Knuf fait en sorte qu'un bébé ne perd plus jamais sa sucette. (Source : Beste Idee van Nederland)

Tous les paramètres doivent être rigoureusement calculés. Par exemple, la mise au point de fraises génétiquement modifiées est contre-productive dans un contexte où la modification génétique n'est pas acceptée. Toutes les parties impliquées dans le processus d'innovation doivent prendre la décision juste. A vrai dire, le processus à suivre se veut plutôt rationnel ».

## *Une bonne idée répond à un besoin ou résout un problème propre à une époque et un lieu précis*

**Responsabilité**
Les participants au concours transfèrent à la fondation leurs droits de propriété intellectuelle. Il y a plusieurs raisons à cela, explique Harry. « Une des principales raisons étant de ne pas avoir à demander constamment l'autorisation de l'inventeur pour réaliser des campagnes publicitaires. Cela nous permet également de décharger les participants de toute responsabilité, ce qui représente un obstacle en moins pour le participant. En effet, un inventeur ne peut pas garantir l'originalité de son invention. Certains concours choisissent de prendre une licence, sans transférer les droits de propriété intellectuelle. Dans ce cas, la responsabilité du participant peut être engagée et cela peut se traduire par une procédure longue et coûteuse pour le participant ».

En cas de victoire, il est également important que l'inventeur « laisse partir » son idée. « Cela nous permet de mettre rapidement le processus en marche. Les inventeurs peuvent freiner considérablement le processus de commercialisation. Nous traitons toujours les inventeurs avec le respect qu'ils méritent. Nous les tenons informés du résultat final. Nous ne modifions pas le concept et nous mentionnons toujours le nom de l'inventeur sur le produit fini ».

**Bernd Schneider**
Het Beste Idee van Nederland (la meilleure idée des Pays-Bas)

# Stimuler la créativité du « Belge moyen »

Photo: Bart Musschoot.

**Bart Peeters et Sofie van Moll,**
Présentateurs du programme «De Bedenkers » (Les Créateurs)

En 2007, la télévision flamande lançait un programme intitulé « De Bedenkers » (Les Créateurs). En automne 2008, l'émission est diffusée le lundi soir sur la chaîne één. Le téléspectateur peut suivre les « créateurs », au fil des huit épisodes qui composent la saison 2008, et découvrir celui ou celle dont l'idée sera finalement commercialisée. Quel est le but du programme ? Attirer un million de téléspectateurs, offrir vingt-cinq mille euros au vainqueur et commercialiser des produits qui contribueront à améliorer le quotidien de nombreuses personnes.

**Stimuler la créativité**

De Wolf : « Le programme a été imaginé par la rédaction de l'émission scientifique « Hoe?Zo! ». Cette dernière allait s'arrêter et il fallait trouver un programme pour la remplacer. L'innovation est un thème très porteur. Nous sommes donc entrés en contact avec Flanders DC (l'organisation flamande pour la créativité dans l'entreprise, ndlr.) ».
Les idées doivent permettre d'améliorer le quotidien des gens. « Nous voulons stimuler la créativité de monsieur et madame Tout-le-monde. Un problème vous agace ? Essayez de le résoudre vous-même ! » Nous avons reçu plus de deux mille idées l'année dernière, contre mille trois cents cette année. Mais la qualité est meilleure. « Les participants connaissent nos critères de sélection désormais ».

**Le capital sympathie du « créateur »**

Un jury de professionnels sélectionne les idées. Un membre du jury examine les chances de pénétrer le marché, un autre étudie le design et la faisabilité technique tandis qu'un troisième analyse le caractère novateur du produit. L'aspect commercial est abordé après les phases de sélection. Les participants sélectionnés doivent ensuite trouver des entreprises partenaires. Le téléspectateur vote alors par SMS ou par téléphone pour élire le candidat de son choix.
L'année dernière, un homme de 74 ans a remporté le concours grâce à son « SlipLift », un produit développé afin de permettre à sa sœur d'enfiler seule ses sous-vêtements. Cette année, de nombreuses inventions s'inspirent de l'actualité, comme les problèmes environnementaux, la législation contre le tabac et les déjections canines. Une bonne idée est une idée qui répond à un problème précis, résume De Wolf. « Seriez-vous prêt(e) à acheter le produit en question si vous le trouviez dans les rayons de Blokker ? ».

*Les participants sont donc responsables de la protection de leurs inventions et des éventuelles violations de la propriété intellectuelle d'autrui*

**Informations et conseils**

Les participants conservent la propriété intellectuelle des inventions. De Wolf : « Les engagements qu'ils prennent auprès des entreprises n'engagent qu'eux-mêmes. Ils ne renoncent pas à leurs droits au profit de la VRT ». Les participants sont donc responsables de la protection de leurs inventions et des éventuelles violations de la propriété intellectuelle d'autrui.
Les participants qui passent la phase de sélection peuvent être sûrs que leur idée n'existe pas encore sous cette forme. Un office des brevets leur dispense également des conseils gratuits sur la protection de leur invention. Avant la diffusion de l'émission, les participants reçoivent une lettre les encourageant à protéger leur produit, si ce n'est pas encore fait. Par ailleurs, le programme ne s'attarde pas sur les détails techniques, afin d'éviter les contrefaçons.

# Re_marquable©

## Branddating.nl

Choisissez vos marques, trouvez un partenaire et vivez longtemps et heureux ! Sur le site internet de rencontre « branddating.nl », les visiteurs peuvent se définir sur la base de 25 marques. Ainsi un « Homme NRC-Apple, propriétaire d'une Volvo 2.0 » recherche une « Amie HEMA-Grolsch ». Amusant à faire et au moins aussi efficace que les descriptions de caractères, selon les inventeurs du site.

## Made in Belgium

Qu'est-ce qu'un Belge sans ses frites ? Inventées comme saine alternative ... les frites de banane, confectionnées, vous le devinez déjà, à partir de véritables bananes. En vente chez Delhaize. (Source : De Bedenkers, voir page 32).

## Sorti de l'imprimante

Ce cube est « imprimé » à l'aide de l'imprimante dite 3D. Cet accessoire unique pour la réalisation de prototypes est disponible au laboratoire FabLab à Utrecht (voir page 14).

## Speculoos

L'un des produits gagnants de l'émission télévisée De Bedenkers de l'année dernière : la pâte de « speculoos » à tartiner.

## McDonalds versus Mcdrijf

McDonalds est l'une des marques les plus fortes au monde. Il n'est donc pas étonnant que l'entreprise protège soigneusement sa marque. Elle ne le fait pas pour rien : lorsqu'un dépôt a été demandé pour la marque McDrijf, McDonalds s'y est opposé dans le délai réglementaire de deux mois. Début 2008, l'OBPI a donné raison à McDonalds et a stipulé que la marque McDrijf ne pouvait pas être déposée pour les produits alimentaires et les restaurants. McDrijf peut toutefois continuer à vendre des cigarettes.

L'OBPI a ainsi traité cent oppositions depuis la création de la procédure. Parmi cette centaine d'oppositions, 51 ont été rejetées. Les autres ont été entièrement (36) ou partiellement (13) admises.

# BRIGITTE DAUWE

Avocate au cabinet d'avocats Stibbe à Bruxelles

**Brigitte Dauwe a une expérience de plus de trente ans dans le domaine des droits de propriété intellectuelle. Elle est enthousiaste à propos de l'introduction de l'i-DEPOT numérique.**

Brigitte Dauwe : « Les formalités ne sont pas nécessaires pour revendiquer le droit d'auteur. Mais comment allez-vous démontrer que vous étiez l'auteur à un moment donné ? L'i-DEPOT permet de prouver facilement la période de création. Naturellement, cela est aussi possible au moyen d'un dépôt auprès d'un notaire ou par l'envoi de la création à votre propre adresse dans une enveloppe en recommandé avec avis de réception, mais cela engendre plus de tracas. »
Elle indique expressément que l'i-DEPOT ne confère pas de protection : « Si l'originalité de la création est mise en doute, elle doit alors encore être prouvée. Mais la preuve de la date de la création est en tout cas présente. Et cela est très important, car l'originalité est souvent jugée par rapport à ce qui existait déjà. Donc le plus tôt la création est enregistrée, le mieux c'est. »

Brigitte Dauwe indique que l'i-DEPOT n'est pas limité à l'enregistrement de ce que l'on nomme idées. « Il est aussi utile pour tout ce qui relève des droits d'auteur, c'est-à-dire les textes, les photos, les logiciels, les dessins et les modèles, et même un roman complet ou le manuel d'utilisation d'un produit - donc quoi que ce soit, pour peu qu'il soit question d'une originalité quelconque. »

Demander à temps la protection adéquate, est et reste très important, affirme Brigitte Dauwe, tout comme une protection aussi large que possible. « Récemment, un client n'avait pensé qu'à demander un brevet, alors qu'il ne s'agissait pas d'une invention très technique. La protéger en tant que modèle aurait été plus judicieux. Si le brevet est maintenant mis en doute, il ne pourra pas déposer de nouveau son invention en tant que modèle. En effet, elle est déjà publiée et ne satisfait donc plus à l'exigence de « nouveauté ».

> **www.stibbe.be**

# L'innovation commence par l'Octrooicentrum

La plupart des personnes associent le mot « invention » à celui de brevet. Malheureusement, aux Pays-Bas la plupart des petites entreprises ne pensent à l'Octrooicentrum (l'office néerlandais des brevets) qu'une fois l'invention réalisée. Brigitta Groenland, chargé de clientèle : « Notre conseil : prendre contact avec l'office des brevets le plus tôt possible ! ».

Photo: Alfons Laudy

**Jeroen van Dap**
Octrooicentrum Nederland (Office des brevets néerlandais)

*En principe, n'importe qui peut prendre connaissance de votre invention et y apporter des améliorations*

La base de données des brevets publiée sur le site www.espacenet.nl peut être consultée gratuitement. Cette base de données offre de nombreux avantages aux entreprises, explique Groenland. « Vous n'avez pas besoin d'attendre d'avoir les plans en main avant de développer un produit. Vous pouvez commencer par examiner les produits qui vont arriver sur le marché et analyser la position des concurrents. Cela permet de trouver des idées et d'identifier les domaines à protéger. Vous pouvez également en profiter pour examiner les solutions qui ont été mises en œuvre pour résoudre un problème technique particulier ».
Cette base de données évite également aux entreprises de réinventer la roue. « Les gens sont parfois convaincus que quelque chose n'existe pas », lance Groenland. « Après enquête, il s'avère qu'ils se sont contentés de chercher sur Google. Or, la base de données des brevets contient beaucoup plus d'informations ».

**Secret**

Un brevet doit répondre à trois conditions importantes. Tout d'abord, il doit s'agir d'une invention inédite et jamais divulguée en public, pas même par l'inventeur lui-même. Ensuite, l'applicabilité industrielle doit être avérée et enfin, le produit doit impliquer une « activité inventive ». Yp Kroon, conseil en brevets : « Il doit s'agir d'un produit ou de quelque chose permettant d'obtenir un produit. Un service ou une méthode ne peut pas être breveté(e). L'invention ne doit pas être trop élémentaire. Une invention sera jugée trop élémentaire si une personne avec des compétences comparables à celles de l'inventeur parvient à mettre au point le même produit en 24 heures par exemple ».

Il convient également de se demander si le brevet représente la meilleure solution. Groenland : « Tous les brevets sont publiés. En principe, n'importe qui peut donc prendre connaissance de votre invention et y apporter des améliorations. Si votre invention peut être tenue secrète, mieux vaut peut-être ne pas déposer de brevet. D'autre part, un brevet n'a pas de valeur si la violation ne peut pas être démontrée. Citons l'exemple d'une entreprise qui veut breveter la méthode de production d'un produit dont la méthode de production ne peut pas être identifiée. Par ailleurs, il n'est pas intéressant de breveter un produit si les coûts liés à la demande de brevet sont supérieurs aux profits.
En revanche, il est toujours intéressant de considérer les différentes manières dont le produit peut être protégé. L'enregistrement d'un modèle ou d'une marque par exemple ».
Quel que soit le cas de figure : une invention ne finit pas par un brevet. « Beaucoup se disent : maintenant que j'ai un brevet, je suis riche ! », résume Groenland.
« Mais le brevet n'est que le début de l'histoire ! C'est un très bon point de départ pour se positionner sur le marché ».

**Office néerlandais des brevets (Octrooicentrum Nederland)**

Octrooicentrum Nederland (l'office néerlandais des brevets) propose aux entreprises des informations gratuites, des ateliers, une écoute personnalisée, des enquêtes ciblées gratuites et des conseils en termes de recherche. L'office néerlandais des brevets travaille notamment avec NOVU (voir page 12) pour accueillir les inventeurs. Des agents tiennent également une permanence dans sept filiales de Syntens.

**Combien coûte un brevet ?**

Les brevets ont la réputation de coûter cher. Les coûts augmentent surtout lorsque le brevet doit être déposé dans plusieurs pays, notamment en raison des frais de traduction. En 2008, la loi néerlandaise sur les brevets a été modifiée, y compris les prix. Le brevet de six ans n'est plus : tous les brevets néerlandais affichent désormais une période de validité de vingt ans maximum. Une demande électronique coûte 80 euros, contre 120 euros pour une demande sur papier. La recherche obligatoire d'antériorité coûte 100 euros (794 euros pour une recherche internationale).
> **www.octrooicentrum.nl**

# SERGE QUAZZOTTI

Chargé de direction au centre de recherche luxembourgeois Henri Tudor

**Le centre de recherche Henri Tudor est financé par le Ministère de l'Economie luxembourgeois. Il joue un rôle important, explique Serge Quazzotti, chargé de direction. « Nous voulons devenir un catalyseur d'innovation ».**

Le centre luxembourgeois conduit des recherches, fournit des conseils et apporte son soutien à différents projets dans des domaines très variés. Les activités du centre peuvent porter sur l'environnement, la recherche biomédicale, les matériaux de construction ou encore les techniques de communication. « Nous avons notamment participé à l'élaboration d'un système alternatif de W.C. écologiques : des W.C. qui ne gaspillent pas d'eau potable ».

Selon lui, la propriété intellectuelle est au cœur de la stratégie de Lisbonne, la stratégie européenne visant à obtenir une économie de la connaissance compétitive et dynamique. « La monnaie de notre économie de la connaissance n'est autre que la propriété intellectuelle. C'est la monnaie de la connaissance immatérielle. C'est là que se rejoignent le monde de la connaissance et celui des affaires. Notre connaissance vaut de l'or ! ».

La réussite d'une entreprise repose également sur sa stratégie. Trouver une idée n'est pas difficile, lance Quazzotti. « Tout le monde a des idées. Mais il faut les étudier. La connaissance technique ne représente qu'une petite partie de l'innovation. D'autres inconnues viennent s'ajouter à l'équation : que faire de l'idée, comment l'exploiter, comment la rentabiliser ? L'entreprise doit commencer par établir une stratégie efficace avant de faire enregistrer son idée ».

> **www.tudor.lu**

**Henri Tudor apporte son soutien à différents projets dans des domaines très variés.**

# Les idées sont précieuses

i-DEPOT

*« En tant que chef d'entreprise ou créateur, vous êtes sans cesse en quête 'innovations. Bien entendu, vous souhaitez que vos idées restent exclusives et que personne d'autre ne les exploite à votre place. Vous pouvez pour cela faire usage de la solution i-DEPOT de l'Office Benelux de la Propriété intellectuelle. »*

Un i-DEPOT est rapide, économique et fiable et peut servir de preuve dans une procédure judiciaire. L'OBPI enregistre votre nom et la date à laquelle vous avez remis votre i-DEPOT. Le contenu de cet i-DEPOT reste secret. Vous trouverez sur le site www.boip.int toutes les informations requises. Vous pouvez également nous appeler au 070 244 242 (numéro local depuis la Belgique) ou au 8002 5383 (numéro local depuis le Luxembourg).

B B I E

OBPI

OFFICE BENELUX
DE LA PROPRIETE
INTELLECTUELLE

Le succès d'une entreprise commence par l'enregistrement

# Une bonne idée mérite d'être financée

Le financement des innovations est souvent problématique pour les petites et moyennes entreprises. Trop de bonnes idées restent dans les tiroirs faute de financement. Le capital-risque et les subventions gouvernementales peuvent apporter des solutions.

Un entrepreneur qui a besoin d'argent peut contracter un emprunt, solliciter une subvention ou rechercher du capital-risque. Cela étant, les entrepreneurs ont des difficultés à déterminer la solution la mieux adaptée à la stratégie de l'entreprise. Qui plus est, les investisseurs et les banques rechignent souvent à financer les jeunes entreprises.

**Financement européen**

La Commission européenne a pris l'engagement en 2005 de « penser aux petites entreprises ». Concrètement, cela signifie que toutes les mesures de l'UE et de ses pays membres sont évaluées à travers le prisme des petites entreprises. Cette approche a déjà conduit à la mise en place du Fonds européen d'investissement (FEI).
Le FEI met du capital-risque à la disposition des petites et moyennes entreprises, c'est-à-dire les entreprises de moins de 250 salariés, avec un chiffre d'affaires annuel de 50 millions d'euros maximum ou un bilan annuel de 43 millions d'euros maximum. Le FEI investit dans des fonds de capital-risque qui soutiennent les entreprises innovantes à forte croissance. Il offre également des garanties aux banques et aux différents organismes financiers. L'objectif du FEI est de tripler les investissements de capital-risque dans les jeunes entreprises.
Le FEI se concentre essentiellement sur les jeunes entreprises et les start-up. SkypeTechnologies est un des nombreux exemples de réussite du dispositif. L'entreprise a depuis été rachetée par eBay pour un montant de 3,25 milliards d'euros.

**Perspectives au Benelux**

Les gouvernements belge, néerlandais et luxembourgeois jouent un rôle essentiel dans l'accès au financement. Ils soutiennent les entreprises par l'intermédiaire de crédits, de subventions et d'avantages fiscaux. Des crédits bancaires et des investis-seurs privés mettent également du capital-risque à disposition des entreprises via des réseaux de « business angel ». Le revers de la médaille est une mauvaise lisibilité des possibilités de financement et une compréhension limitée des conditions d'octroi du capital. Là réside le prochain défi des gouvernements.

**Trouver le financement approprié**

Internet regorge d'informations sur les financements privés et publics. Les sites suivants sont un bon point de départ pour commencer vos recherches..

**Subventions et crédits gouvernementaux**

*Belgique*

- Wallonie: **www.sowalfin.be** vous offre un aperçu des subventions et des crédits proposés par le gouvernement wallon.
- Région bruxelloise: **www.ecosubsibru.be**
- Flandre: **www.kefik.be**

*Luxembourg*

**www.innovation.public.lu** rubrique : guide des aides. Ce site gouvernemental vous donne un aperçu de l'innovation et de la recherche au Luxembourg.

*Pays-Bas*

**www.antwoordvoorbedrijven.nl**. Ce site gouvernemental vous offre un aperçu des subventions et des crédits proposés par le gouvernement néerlandais.

**Réseaux d'investisseurs privés**

- Europe: **www.eban.org**
- Flandre: **www.banvlaanderen.be**
- Wallonie: **www.waban.be**
- Luxembourg: **http://luxembourgban.angelgroups.net**
- Pays-Bas: **www.nebib.nl**

# SOPHIE RACQUEZ

Fondatrice et directrice de The Idea Monopoly® à Bruxelles

**L'inventeur Thomas Edison le disait déjà : une bonne invention exige 1 pour cent d'inspiration et 99 pour cent de transpiration. Chez The Idea Monopoly®, c'est de ces 99 pour cent qu'il s'agit.**

Cette entreprise est spécialisée dans l'achat, le perfectionnement et la vente d'idées. Celles-ci proviennent de consommateurs, d'inventeurs et d'entreprises. The Idea Monopoly® fait le reste : de l'estimation des possibilités de commercialisation à la conception du produit, de l'imagination d'un nom à la détermination des droits adéquats de propriété intellectuelle, de la réalisation du prototype à la recherche de fabricants et de distributeurs.

**Date de création**

Sophie Racquez constate la grande confusion qui entoure les droits d'auteur, les brevets et les marques. « Tout le monde pense immédiatement à un brevet. Mais cette voie est loin d'être toujours la mieux appropriée. Chaque idée exige une protection qui lui est propre. Dans des cas spécifiques, le droit d'auteur peut aussi offrir une protection suffisante. Il est alors important de pouvoir prouver la date de création, avec un i-DEPOT par exemple. »

**Certificat**

The Idea Monopoly® travaille régulièrement avec l'i-DEPOT électronique. Il offre bien des avantages à l'entreprise. « Son fonctionnement est facile. Il permet en outre de disposer d'un certificat. Si nous frappons à la porte d'une entreprise, nous pouvons prouver que nous étions les premiers à avoir eu une idée donnée. Il est par ailleurs pratique que tout le monde puisse faire usage de l'i-DEPOT. Les personnes établies hors du Benelux peuvent donc aussi bénéficier des avantages qu'il offre. »

> **www.ideamonopoly.com**

**Sophie et Sébastien Racquez,**
fondateurs de The Idea Monopoly®

Photo: Picturimage

# Questions et réponses

Chaque jour ouvrable, de 8 heures 30 à 17 heures, une équipe du Centre d'information de l'OBPI est disponible pour répondre aux questions relatives à l'enregistrement de marques, de modèles et d'idées et à tout ce qui s'y rattache. Vous trouverez ici une sélection des questions l es plus souvent posées. Le Centre d'information peut être joint par téléphone à partir des Pays-Bas au numéro 070 349 12 42, de la Belgique au numéro 070 244 242 et du Luxembourg au numéro 8002 5383. Un courriel peut également être envoyé à l'adresse info@boip.int.

## > Qu'est-ce qu'une marque ?

Une marque est un signe qui distingue les produits ou les services d'une entreprise de ceux des autres entreprises. Elle peut être constituée d'un ou de plusieurs mots, d'une image sans mots ou d'une combinaison de ces éléments (logo). Une marque ne peut pas être descriptive. « Société Bruxelloise d'hypothèques » est une dénomination trop descriptive pour un prestataire de service dans le domaine des hypothèques. Un nom de fantaisie possède un plus grand pouvoir distinctif.

## > Pourquoi est-il judicieux d'enregistrer une marque ?

Une marque est la carte de visite d'une entreprise. Si d'autres imitent cette marque, cela peut nuire à l'entreprise. L'enregistrement de la marque permet de faire obstacle à cette contrefaçon. De plus, une marque enregistrée fait partie des biens de l'entreprise. Elle peut être transférée (vendue) ou mise en gage auprès d'une banque. Il est également possible de donner à des tiers une licence leur permettant d'utiliser la marque.

## > Comment enregistrer une marque ?

Une marque peut être déposée (demandée) au moyen d'un formulaire à remplir en ligne sur le site www.boip.int et du paiement des taxes dues. En cas de doute, consultez un conseiller dans le domaine de la propriété intellectuelle. Vous pouvez trouver ces conseillers sur les sites internet www.bmm.nl ou www.bmm.be et www.bmm.lu.

## > Combien coûte l'enregistrement d'une marque ?

Le montant de base est de 240 euros. La somme à payer dépend ensuite de la quantité ou de la diversité des produits/services inscrits. Après dix ans, une marque peut être prorogée pour dix nouvelles années. Le montant de base pour cette prorogation s'élève à 260 euros.

## > Qu'apporte l'enregistrement d'une marque ?

L'enregistrement d'une marque auprès de l'OBPI donne à son titulaire le droit exclusif d'utiliser la marque pour certains produits et services au sein du Benelux. Ce droit est valable dix ans et peut être prolongé.

## > Une marque doit elle aussi être enregistrée à l'étranger ?

L'inscription à l'OBPI est valable aux Pays-Bas, en Belgique et au Luxembourg. Il est conseillé aux entreprises qui souhaitent vendre des produits et des services hors du Benelux d'élargir l'enregistrement.
Il existe pour cela trois possibilités :

- un enregistrement national, effectué directement dans un ou plusieurs pays hors du Benelux
- un enregistrement international. Sur la base de l'enregistrement au Benelux, un élargissement pour d'autres pays peut être demandé auprès de l'OBPI.
- une marque communautaire (marque européenne). Celle-ci peut être demandée auprès du bureau européen (OHMI) d'Alicante, Espagne (oami.europa.eu).

## > Marque et dénomination sociale, quelle est la différence ?

Une dénomination sociale est le nom d'une entreprise, tel qu'inscrit au registre du commerce. Une marque distingue des produits ou des services d'une entreprise de ceux d'autres entreprises. Lorsque des produits et des services sont proposés sous la dénomination de l'entreprise, la marque et la dénomination sociale sont une et même chose. Il est alors judicieux d'enregistrer aussi la dénomination sociale en tant que marque.

## > Comment éviter une opposition contre l'enregistrement d'une marque ?

Au cours de la procédure d'enregistrement, l'OBPI ne vérifie pas si un nom de marque existe déjà. Avant qu'une marque soit utilisée ou protégée, il est par conséquent judicieux de rechercher quelles marques plus anciennes existent déjà. Cela peut être effectué comme suit :

- rechercher soi-même (gratuitement) dans le registre des marques sur www.boip.int. Ce registre contient toutes les marques inscrites au Benelux : aussi bien les marques uniquement protégées en Belgique, au Luxembourg et aux Pays-Bas, que celles qui le sont dans d'autres pays (marques européennes et internationales) ;
- demander à l'OBPI de rechercher quelles marques plus anciennes existent déjà pour certains produits ou services et pourraient peut-être entraîner des objections contre l'enregistrement d'une nouvelle marque. Cette recherche coûte 150 euros ;
- faire effectuer une recherche par un mandataire en marques.

Mais même si une marque n'existe pas encore pour certains produits ou services, des objections peuvent être élevées contre un enregistrement, sur la base d'autres droits. Pensez par exemple à une dénomination sociale, au droit d'auteur ou au droit des modèles. Il est difficile de le prévoir. Une bonne recherche préalable réduit toutefois les risques de problèmes.

## > Quelqu'un utilise ou enregistre la marque d'un autre, que se passe-t-il ?

Dans un délai de deux mois après la publication d'une nouvelle marque, ceux qui y sont opposés peuvent introduire une procédure d'opposition auprès de l'OBPI. Il est aussi possible de requérir auprès du tribunal qu'une marque soit rayée du registre ou que son utilisation soit interdite. Cette mesure peut éventuellement être accompagnée d'une saisie, d'une indemnisation et même du transfert des bénéfices en cas de violation délibérée de l'enregistrement. La contrefaçon intentionnelle de produits de marque ou le commerce de produits portant une marque falsifiée tombe sous le coup de la loi.

# Votre nom de marque est votre meilleure publicité

***« L'innovation de produits exige un important travail de réflexion. Mais j'ai réfléchi au moins autant aux noms de marque sous lesquels je commercialise mes produits. Ils devaient être de véritables noms de marque, capables de s'incruster dans l'esprit des consommateurs. Après les avoir trouvés, je les ai immédiatement enregistrés. Je ne regrette pas de l'avoir fait, car la notoriété de mes produits s'est accrue à une vitesse fulgurante. Un bon nom de marque est la meilleure façon de présenter un produit sur le marché.***

BBIE OBPI

OFFICE BENELUX
DE LA PROPRIETE
INTELLECTUELLE

En enregistrant votre marque, vous la protégez et vous pouvez éviter que d'autres l'utilisent. Au Benelux, vous devez pour cela vous adresser à l'office Benelux de la Propriété intellectuelle. Le site www.boip.int vous donne toutes les informations sur le dépôt de marques et vous permet de régler directement ce dépôt en ligne.

Vous pouvez également nous appeler au 070 244 242 (numéro local depuis la Belgique) ou au 8002 5383 (numéro local depuis le Luxembourg).

## Le succès d'une entreprise commence par l'enregistrement